

LAMPIRAN 1
KUISIONER PENELITIAN

No :

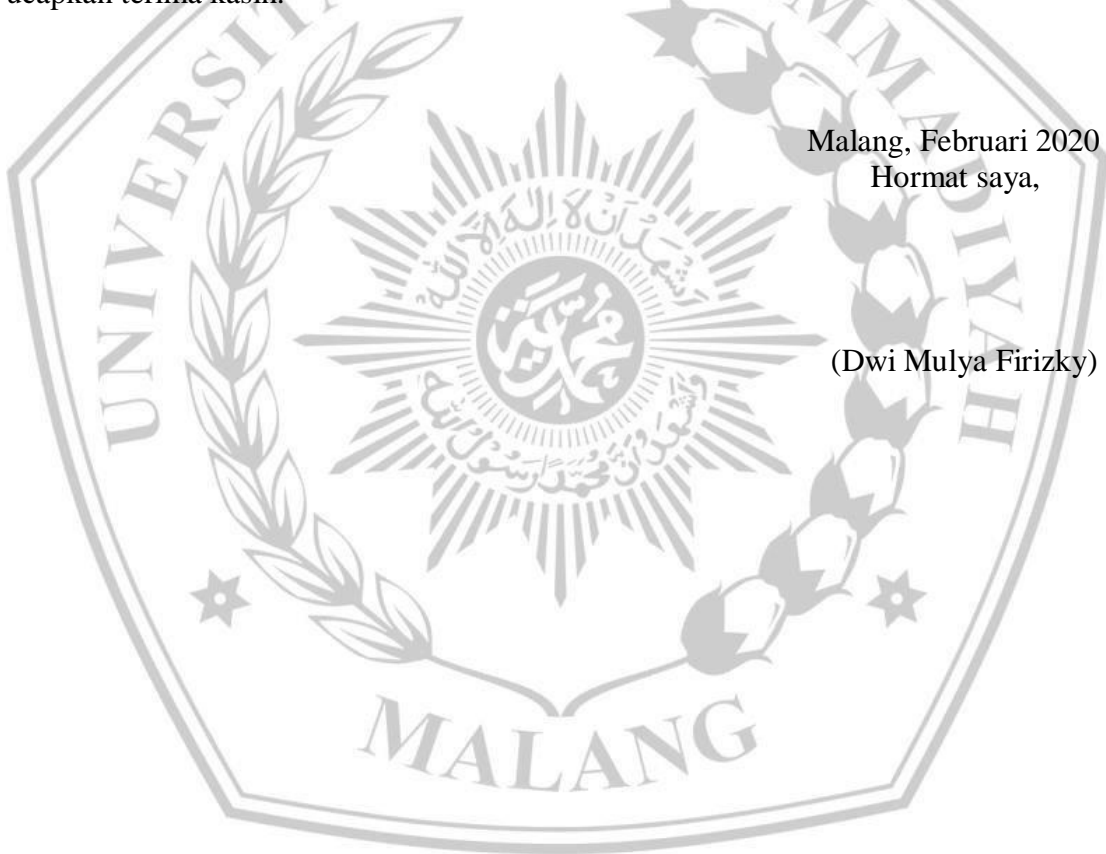
A. Kata Pengantar

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang saya tempuh di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, saya melakukan penelitian pada Indihome yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian”**. Adapun salah satu cara mendapatkan data yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan saudara/i sekalian untuk mengisi kuisioner ini untuk data yang dipergunakan untuk penelitian. Atas kesediaannya dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Malang, Februari 2020
Hormat saya,

(Dwi Mulya Firizky)



B. Petunjuk Pengisian Kuisioner

1. Mohon kuisioner ini diisi oleh Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab seluruh pernyataan yang disediakan
2. Pada tipe pilihan, Bapak/Ibu/Sdr/I dipersilahkan untuk memberi tanda (\checkmark) pada kolom jawaban “STS” (Sangat Tidak Setuju),”TS” (Tidak Setuju),”N” (Netral),”S” (Setuju),”ST” (Sangat Setuju), yang anda anggap paling tepat
3. Dimohon untuk tidak mengosongkan jawaban, karena pernyataan yang dibuat telah benar adanya

C. Data Responden

1. No.responden: (diisi oleh peneliti)
2. Lama Berlangganan:
 - a) 0-4 bulan
 - b) 5-9 bulan
 - c) 10-14 bulan
 - d) 15 bulan
3. Jenis Kelamin:
 - a) Laki – laki
 - b) Perempuan
4. Usia:
 - a) 17-22 tahun
 - b) 23-28 tahun
 - c) 29-34 tahun
 - d) >35 tahun
5. Tingkat penghasilan:
 - a) < Rp. 2.000.0000
 - b) Rp. 2.100.0000 - Rp. 5.000.0000
 - c) Rp. 5.100.0000 - Rp. 8.000.0000
 - d) > Rp. 8.000.0000

Berikut ini merupakan pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu citra merek, harga, gaya hidup dan keputusan pembelian. Berilah tanda cek (\checkmark) pada pilihan yang anda pilih.

Kriteria Jawaban:

SS = Sangat Setuju 5

S = Setuju 4

N = Netral 3

TS = Tidak Setuju 2

STS = Sangat Tidak Setuju 1

Citra Merek

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk Indihome merupakan merek layanan internet yang mudah diingat					
2	Indihome memberikan jaminan layanan pada pelanggan					
3	Internet Indihome dikenal dengan kualitas layanan dan daya tahan yang baik oleh masyarakat					

Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga produk Indihome terjangkau					
2	Harga produk Indihome sesuai dengan kualitas jaringan yang diberikan					
3	Indihome memiliki harga yang bersaing dengan kompetitor					
4	Harga produk yang ditawarkan Indihome telah sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pelanggan					

Gaya Hidup

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Internet Indihome dapat menunjang kebutuhan pelanggan dalam beraktivitas saat mengisi waktu luang dengan internet					
2	Saya menyukai berselancar di media digital menggunakan internet Indihome					
3	Dengan internet Indihome saya lebih cepat mendapatkan informasi dari internet					

Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya membeli produk karena memiliki keyakinan terhadap produk layanan internet Indihome					
2	Saya membeli Indihome karena merasa puas dalam menggunakan produk Indihome					
3	Saya menggunakan produk Indihome karena merasa senang sewaktu membelinya					

LAMPIRAN 2

KARAKTERISITIK RESPONDEN

A. Jenis Kelamin

Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

jenis kelamin	Frekuensi	Presentasi %
laki – laki	65	65%
Perempuan	35	35%
Jumlah	100	100%

B. Usia

Karakteristik Responden menurut Usia

Usia	Frekuensi	Presentasi %
17-22 tahun	8	8%
23-28 tahun	35	35%
29-34 tahun	37	37%
>35 tahun	20	20%
Jumlah	100	100%

C. Lama Berlangganan

Karakteristik Responden menurut lama berlangganan

lama berlangganan	Frekuensi	Presentasi %
0-4 bulan	44	44%
5-9 bulan	21	21%
10-14 bulan	18	18%
> 15 bulan	17	17%
Jumlah	100	100%

D. Pendapatan

Karakteristik Responden menurut Pendapatan

Tingkat Penghasilan	Frekuensi	Presentasi %
< Rp. 2.000.0000	12	12%
Rp. 2.100.0000 - Rp. 5.000.0000	65	65%
Rp. 5.100.0000 - Rp. 8.000.0000	21	21%
> Rp. 8.000.0000	2	2%
Jumlah	100	100%

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS

A. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel 5%	Keterangan
Citra Merek	X1.1	0,551	0,1638	Valid
	X1.2	0,468	0,1638	Valid
	X1.3	0,371	0,1638	Valid
Harga	X2.1	0,403	0,1638	Valid
	X2.2	0,578	0,1638	Valid
	X2.3	0,472	0,1638	Valid
	X2.4	0,610	0,1638	Valid
Gaya Hidup	X3.1	0,591	0,1638	Valid
	X3.2	0,631	0,1638	Valid
	X3.3	0,668	0,1638	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0,712	0,1638	Valid
	Y1.2	0,620	0,1638	Valid
	Y1.3	0,402	0,1638	Valid

B. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbrach's Alpha	Keterangan
Citra Merek	0,798	Reliabel
Harga	0,801	Reliabel
Gaya Hidup	0,779	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,799	Reliabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.798	.803	13

LAMPIRAN 4

DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

A. Citra Merek

Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek

Item	1		2		3		4		5		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
Citra perusahaan	0	0	0	0	10	10	63	63	27	27	100	100
Citra pengguna	0	0	3	3	37	37	42	42	18	18	100	100
Citra produk	0	0	1	1	22	22	50	50	27	27	100	100

B. Harga

Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Harga

Item	1		2		3		4		5		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
Keterjangkauan harga	1	1	24	24	40	40	28	28	7	7	100	100
Kesesuaian harga dengan kualitas	1	1	21	21	35	35	32	32	11	11	100	100
Daya saing harga	0	0	9	9	34	34	40	40	17	17	100	100
Kesesuaian harga dengan manfaat	0	0	9	9	28	28	38	38	25	25	100	100

C. Gaya Hidup

Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Gaya Hidup

Item	1		2		3		4		5		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
aktivitas	0	0	1	1	14	14	46	46	39	39	100	100
minat (ketertarikan)	0	0	5	5	14	14	62	62	19	19	100	100
opini (perasaan)	1	1	4	4	28	28	43	43	24	24	100	100

D. Keputusan Pembelian

Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian

Item	1		2		3		4		5		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
Pilihan produk	0	0	6	6	42	42	39	39	13	13	100	100
Pilihan merek	1	1	5	5	38	38	40	40	16	16	100	100
Metode pembayaran	0	0	3	3	28	28	37	37	32	32	100	100

LAMPIRAN 5

UJI ASUMSI KLASIK

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.46984538
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.054
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

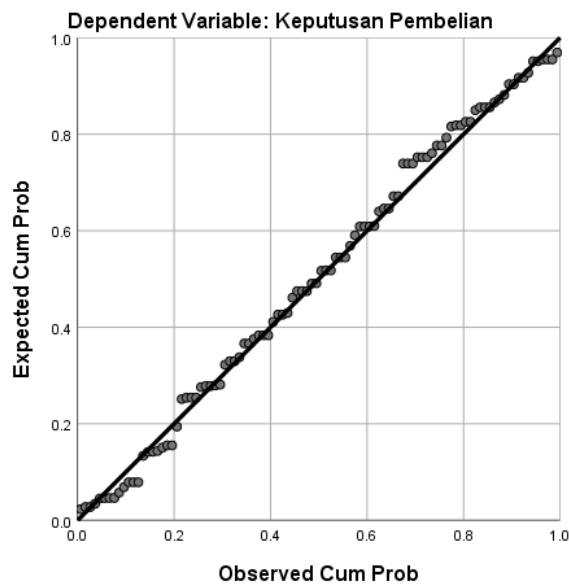
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

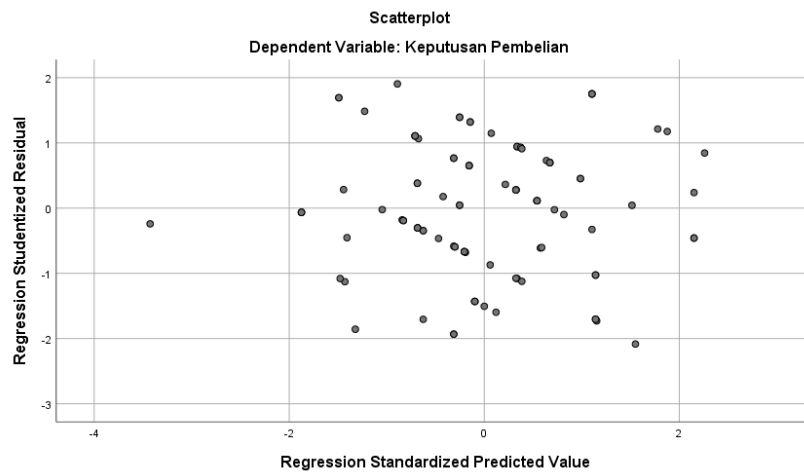


B. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.279	1.363		2.406	.018
	Citra Merek	-.055	.124	-.042	-.445	.657
	Harga	.300	.071	.385	4.202	.000
	Gaya Hidup	.368	.085	.392	4.343	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



C. Uji Multikolonieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Citra Merek	1.394	Non Multikolinieritas
Harga	1.285	Non Multikolinieritas
Gaya Hidup	1.248	Non Multikolinieritas

D. Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.611 ^a	.373	.353	1.493	1.382

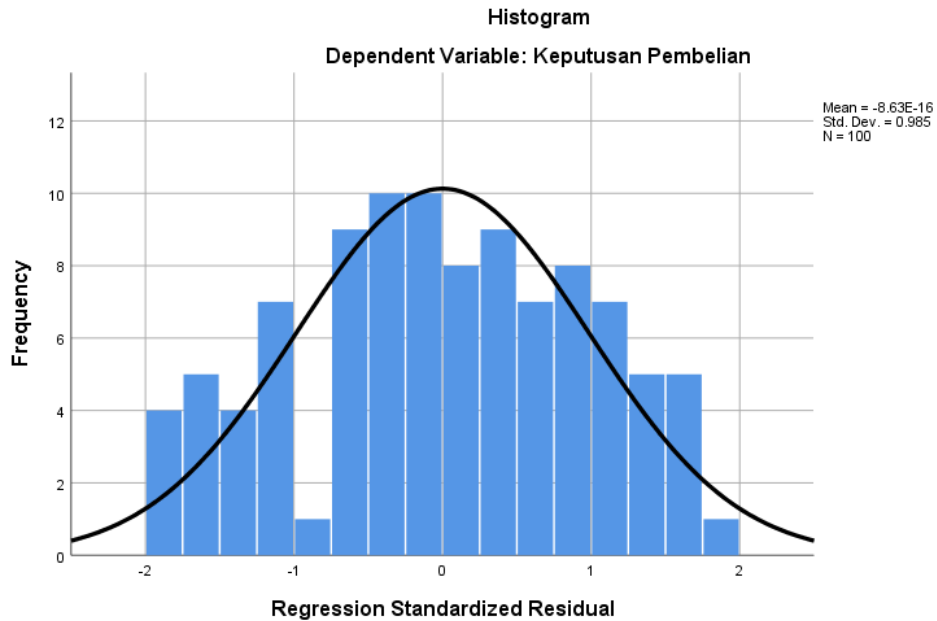
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga, Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 6

HASIL ANALISIS LINIER BERGANDA

A. Deskripsi



B. Regresi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.353	1.493

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga, Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.276	3	42.425	19.042	.000 ^b
	Residual	213.884	96	2.228		
	Total	341.160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga, Citra Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.279	1.363		2.406	.018
	Citra Merek	-.055	.124	-.042	-.445	.657
	Harga	.300	.071	.385	4.202	.000
	Gaya Hidup	.368	.085	.392	4.343	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

